

Article History: Received: 16 April 2025, Revision: 15 May 2025, Accepted: 30 June 2025,  
Available Online: 10 July 2025.

DOI: <https://doi.org/10.35870/emt.9i3.4055>

## Analisis Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja

Stenlie Manuel Cornelis Bongga <sup>1\*</sup>, Syamsu Alam <sup>2</sup>,  
Citra Ayni Kamaruddin <sup>3</sup>

<sup>1\*,2,3</sup> Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Negeri Makassar, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan,  
Indonesia.

Email: [stenliemcbongga@gmail.com](mailto:stenliemcbongga@gmail.com) <sup>1\*</sup>, [citraayni@unm.ac.id](mailto:citraayni@unm.ac.id) <sup>2</sup>, [lam.s@unm.ac.id](mailto:lam.s@unm.ac.id) <sup>3</sup>

**Abstrak.** Sektor pariwisata merupakan sektor unggulan Kabupaten Tana Toraja yang dimana diharapkan mampu untuk meningkatkan perkeonomian daerah. Banyaknya panorama warisan Sejarah, dan kebudayaan yang masih kental menjadi potensi untuk menarik minat wisatawan untuk mengunjungi Tana Toraja. Akan tetapi, masih banyak pula kekurangan pada sektor pariwisata salah satunya seperti promosi wisata secara digital. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dimana penulis mendeskripsikan kondisi di objek wisata dan objek penelitian seperti bidang pengembangan pariwisata dan bidang pemasaran dan promosi pariwisata Kabupaten Tana Toraja, adapun ketika melakukan uraian hasil penelitian itu menggunakan metode IFAS-EFAS dan analisis SWOT dari sisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari sektor pariwisata Tana Toraja. Pada hasil penelitian posisi pengembangan sektor pariwisata Kabupaten Tana Toraja dalam Matrix Grand Stratgey terdapat di kuadran 1, dimana kondisi tersebut kekuatan dan peluang yang berada di sektor pariwisata dapat dioptimalkan sebaik mungkin untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta meningkatkan pula Pendapatan Asli Daerah (PAD). Adapun hasil penelitian dan pembahasan, maka ditarik Kesimpulan sektor pariwisata dapat mengimplementasikan strategi dengan menambah daya tarik wisata yang unik, mengadakan serta memperbaiki sarana maupun prasarana yang menjadi faktor penunjang sektor pariwisata, kemudian pelatihan pengolahan kepariwisataan agar memiliki keterampilan dalam mengolah serta mengoptimalkan promosi-promosi melalui media sosial.

**Kata kunci:** Analisis SWOT; IFAS-EFAS; Strategi; Sektor Pariwisata; Promosi.

**Abstract.** The tourism sector is the leading sector of Tana Toraja Regency which is expected to be able to improve the regional economy. The many panoramic views of historical heritage and culture that are still strong have the potential to attract tourists to visit Tana Toraja. However, there are still many shortcomings in the tourism sector, one of which is digital tourism promotion. This type of research is qualitative research where the author describes conditions in tourist attractions and research objects such as the tourism development sector and the tourism marketing and promotion sector of Tana Toraja Regency, while when describing the results of the research using the IFAS-EFAS method and SWOT analysis in terms of strengths, weaknesses, opportunities and threats of the Tana Toraja tourism sector. In the research results, the position of the development of the tourism sector in Tana Toraja Regency in the Grand Strategy Matrix is in quadrant 1, where in this condition the strengths and opportunities in the tourism sector can be optimized as well as possible to increase the number of tourist visits and also increase Regional Original Income (PAD). As for the results of the research and discussion, it is concluded that the tourism sector can implement strategies by adding unique tourist attractions, providing and improving facilities and infrastructure which are supporting factors for the tourism sector, then processing tourism training so that they have skills in processing and optimizing promotions via social media.

**Keywords:** SWOT Analysis; IFAS-EFAS; Strategy; Tourism Sector; Promotion.

## Pendahuluan

Tana Toraja merupakan salah satu destinasi wisata utama di Sulawesi Selatan yang menawarkan keunikan budaya, alam, dan objek wisata buatan yang luar biasa. Melalui upaya promosi yang melibatkan partisipasi aktif dari berbagai pihak, Tana Toraja, yang sebelumnya dikenal sebagai daerah terpencil, kini berkembang pesat menjadi salah satu tujuan wisata yang menarik bagi wisatawan. Saat ini, media sosial seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, dan Facebook banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia untuk memperoleh informasi. Aplikasi-aplikasi ini telah menjadi platform utama bagi berbagai kalangan, baik muda maupun dewasa, untuk mencari informasi terkait berbagai hal, termasuk destinasi wisata. Sebagai sarana untuk memperkenalkan keunggulan sektor tersebut dengan tujuan menarik minat wisatawan untuk mengunjungi berbagai destinasi yang ada. Hal ini dimungkinkan oleh jumlah pengguna media sosial yang terus berkembang pesat, memberikan peluang besar bagi promosi pariwisata melalui platform digital.

Dalam Rencana Strategis (RESNTRA) Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja 2021-2026, salah satu tujuan yang ingin dicapai adalah "Meningkatkan Daya Tarik Destinasi Wisata Daerah". Dokumen ini menetapkan enam poin acuan, salah satunya adalah mewujudkan produk pariwisata daerah yang dikenal secara luas melalui promosi yang efektif dan efisien. Selama lima tahun ke depan, sasaran utama yang ingin dicapai adalah "Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan" dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.
- 2) Meningkatkan rata-rata lama kunjungan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.
- 3) Meningkatkan promosi daerah tujuan wisata, baik di dalam maupun luar negeri.
- 4) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kawasan destinasi pariwisata yang mampu menarik wisatawan, serta berkontribusi pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan kesejahteraan masyarakat.

Tabel 1. Pendapatan Daerah Sektor Pariwisata Kabupaten Tana Toraja Thun 2013-2022

No	Tahun	Jumlah (Rp)	Presentasi Kenaikan
1	2013	249.941.259,-	64,79%
2	2014	253.732.212,-	1,57%
3	2015	269.308.289,-	6,12%
4	2016	285.661.447,-	6,07%
5	2017	1.485.719.011,-	420,9%
6	2018	4.180.691.652,-	181,39%
7	2019	5.324.310.052,-	27,35%
8	2020	959.391.500,-	(81,98)%
9	2021	702.504.500,-	(36,57)%
10	2022	2.279.504.000,-	224,48%

Pendapatan Asli Daerah (PAD) sektor pariwisata Kabupaten Tana Toraja mengalami fluktuasi yang signifikan. Pada tahun 2019, PAD mengalami penurunan sebesar 81,98%, dan kemudian turun lebih lanjut pada tahun 2020 hingga 36,57%. Namun, pada tahun 2022, terjadi peningkatan, meskipun belum kembali ke angka yang tercatat pada tahun 2019 (Pertiwi, 2014). PAD merupakan pendapatan yang diperoleh suatu daerah dari sumber-sumber yang ada di daerah tersebut, yang diterima sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pendapatan ini menjadi sumber utama bagi daerah, yang mengharuskan pemerintah daerah untuk meningkatkan kapasitasnya dalam menggali dan mengelola potensi sumber pendapatan, khususnya yang berasal dari sektor pariwisata. Pariwisata di Tana Toraja terdiri dari tiga jenis, yakni pariwisata alam, pariwisata buatan, dan pariwisata kebudayaan. Menurut Soekadijo (2013) dalam Tapatfeto, Meiwany A. K, Bessie, dan Juita (2018: 6-7), terdapat dua jenis modal yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung, yaitu:

### 1) Modal Alam

Keindahan alam yang memanjakan mata dapat menjadi faktor yang mendukung seseorang untuk berkunjung, baik untuk berlibur atau sekadar melepas penat. Wisatawan membutuhkan ketenangan alami, kesejukan, dan pemandangan yang menenangkan.

### 2) Modal Kebudayaan

Kebudayaan bukan hanya mencakup seni atau produk budaya yang diciptakan, tetapi juga adat istiadat atau kebiasaan yang dijalankan oleh masyarakat setempat. Selain menikmati objek wisata, pengunjung dapat mempelajari kehidupan budaya lokal.

Inovasi dalam sektor pariwisata harus terus berkembang untuk merespons tantangan dan peluang di era digital. Wisatawan saat ini semakin mengandalkan teknologi untuk merencanakan perjalanan mereka, sehingga pengembangan sektor ini melalui platform digital sangat diperlukan. Berbagai media sosial, seperti website, blog, dan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, dapat digunakan untuk menyebarluaskan informasi mengenai destinasi wisata. Akun-akun media sosial yang membagikan pengalaman perjalanan mereka seringkali menjadi referensi bagi masyarakat dalam mencari tempat wisata menarik, yang menunjukkan bahwa transformasi digital saat ini merupakan strategi utama untuk menarik lebih banyak wisatawan. Menurut Rogers, L.D. (2016), transformasi digital lebih dari sekadar pemanfaatan teknologi melainkan merupakan sebuah strategi perusahaan dalam menggunakan teknologi untuk bersaing dengan pesaing mereka. Media sosial telah menjadi alat promosi yang sangat efektif karena kemampuannya untuk menjangkau audiens lebih luas dengan biaya yang rendah. Konten yang dibagikan melalui konsep *word of mouth* secara elektronik dapat lebih mudah dilacak jejak digitalnya, menjadikannya lebih efektif dalam promosi. Elektronik *word of mouth* merujuk pada komunikasi informal yang dilakukan melalui teknologi berbasis internet, seperti media sosial, yang memberikan pengaruh besar bagi perusahaan dan industri untuk menarik konsumen (Kumar, 2015).

Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja telah mengelola aplikasi E-Toraja sebagai sarana promosi destinasi wisata yang ada di daerah tersebut. Aplikasi ini memfasilitasi wisatawan dalam memperoleh informasi mengenai keindahan alam Tana Toraja (Novianti, 2018). E-tourism adalah sistem online interaktif yang memungkinkan wisatawan untuk mendapatkan informasi dan melakukan reservasi untuk layanan pariwisata, seperti hotel dan agen perjalanan. Pengembangan E-tourism berfokus pada promosi sektor pariwisata dan memerlukan tiga prasyarat utama: Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), sektor pariwisata dan ekonomi, serta dukungan dari pemerintah.

## Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang melibatkan studi kasus untuk memahami masalah yang dihadapi oleh sektor pariwisata di Kabupaten Tana Toraja. Studi kasus merupakan metode penelitian yang mendalam terhadap individu, kelompok, organisasi, atau program tertentu dalam jangka waktu tertentu, dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang lengkap dan rinci mengenai objek penelitian. Pendekatan kualitatif ini diterapkan untuk memperoleh pemahaman tentang strategi pengembangan pariwisata yang sedang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

Analisis SWOT merupakan metode analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal dalam suatu organisasi atau sektor tertentu. SWOT terdiri dari empat elemen utama: *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Tujuan utama dari metode ini adalah untuk memahami kondisi suatu sektor secara menyeluruh. Dalam pengembangan pariwisata, analisis SWOT diterapkan untuk mengidentifikasi potensi, tantangan, serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan sektor pariwisata.

### Kekuatan (*Strengths*)

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Gina Angelina S.Tr.Tar, Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Tana Toraja, diperoleh informasi mengenai kekuatan sektor pariwisata Kabupaten Tana Toraja sebagai berikut: "Kami melihat bahwa sektor pariwisata Kabupaten Tana Toraja memiliki kekayaan budaya yang sangat unik, seperti tradisi upacara adat Rambu Solo dan rumah adat Tongkonan yang menjadi daya tarik utama. Selain itu, Tana Toraja juga memiliki keindahan alam seperti pegunungan, air terjun, dan situs bersejarah, yang semuanya menjadi modal besar bagi sektor pariwisata di daerah ini."

## Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan merujuk pada kekurangan internal dalam organisasi yang menghambat pencapaian tujuan. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Kabupaten Tana Toraja, beberapa kelemahan yang ditemukan dalam sektor pariwisata antara lain: "Beberapa kelemahan yang kami hadapi adalah anggaran yang terbatas dari pemerintah daerah untuk mengembangkan destinasi wisata. Selain itu, terdapat masalah dalam komunikasi dengan masyarakat yang sering kali menyebabkan sengketa lahan."

## Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi untuk pengembangan lebih lanjut. Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Wisata Kabupaten Tana Toraja menjelaskan beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh sektor pariwisata, antara lain: "Peluang yang kami lihat termasuk pengembangan ekonomi kreatif, seperti pengembangan souvenir dan kain tenun Toraja, yang dapat menjadi daya tarik baru untuk menarik wisatawan. Selain itu, keramahan masyarakat sekitar lokasi wisata juga merupakan peluang yang bisa dimanfaatkan, disertai dengan peningkatan keamanan di sekitar lokasi wisata untuk memastikan kenyamanan pengunjung." Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Pariwisata Kabupaten Tana Toraja menambahkan: "Peluang lainnya terletak pada pemanfaatan teknologi komunikasi, seperti penggunaan media sosial, website, dan platform digital lainnya untuk mempromosikan destinasi wisata secara lebih luas. Selain itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) di sektor pariwisata juga dapat dicapai melalui kerja sama dengan lembaga pendidikan dan sektor swasta."

## Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah kondisi eksternal yang dapat memberikan dampak negatif terhadap sektor yang sedang dikembangkan. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata, beberapa ancaman yang dihadapi sektor pariwisata Kabupaten Tana Toraja antara lain: "Ancaman yang kami hadapi meliputi kurangnya investasi dalam sektor pariwisata. Selain itu, bencana alam

seperti tanah longsor dapat menyebabkan terputusnya aksesibilitas menuju destinasi wisata." Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Pariwisata juga menyatakan ancaman yang dihadapi: "Ancaman lainnya berasal dari keterbatasan SDM internal kami, yang sering kali kalah bersaing dengan SDM dari daerah lain yang lebih unggul, terutama dalam hal promosi digital. Selain itu, kami juga menghadapi keterbatasan anggaran untuk pengembangan infrastruktur dan promosi digital."

Tabel 2. Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<b>Kekuatan</b>	<b>Peluang</b>
1. Objek wisata di Kabupaten Tana Toraja mempunyai daya tarik tersendiri	1.Pengembangan Ekonomi Kreatif seperti kain tenun dan souvenir
2. Adanya potensi wisata dari modal kekayaan alam	2.pemanfaatan teknologi sebagai sarana penunjang pariwisata Tana Toraja
3. Promosi wisata dilakukan secara digital	3.Tipikal Masyarakat sekitar objek wisata yang ramah
4. Adanya kekayaan budaya yang dimiliki	4.kerja sama dengan lembaga pendidikan untuk peningkatan SDM internal pariwisata
5. Harga tiket masuk terjangkau untuk semua kalangan	5.memberikan situasi kenyamanan dan keamanan di objek wisata
<b>Kelemahan</b>	<b>Ancaman</b>
1. Sarana dan prasarana di objek wisata masih kurang	1.masih kurangnya investasi di sektor pariwisata
2. Adanya keterbatasan anggaran dari pemerintah untuk pengembangan pariwisata	2.Adanya ancaman bencana alam
3. Kualitas sumber daya manusia internal sektor pariwisata yang masih kurang dalam pengolahan teknologi	3.perkembangan sektor pariwisata daerah lain cepat perkembangannya
4. Keberisihan di objek wisata yang masih kurang diperhatikan	4.keterbatasan anggaran untuk pengembangan infrastruktur dan promosi digital
5. Kurangnya kesadaran masyarakat dalam upaya pengembangan objek wisata	5.pengolahan potensi sumber daya daerah di sektor pariwisata belum optimal

Tabel 3. Faktor strategi internal

Faktor-Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Skor(Bobot x rating)
<b>Kekuatan</b>			
Objek wisata di Kabupaten Tana Toraja mempunyai daya tarik tersendiri	0,13	4	0,5
Adanya potensi wisata dari modal kekayaan alam	0,12	4	0,47
Promosi wisata dilakukan secara digital	0,08	3	0,25
Adanya kekayaan budaya yang dimiliki	0,13	4	0,5
Harga tiket masuk terjangkau untuk semua kalangan	0,11	4	0,42
<b>JUMLAH SKOR KEKUATAN</b>			<b>2,15</b>
<b>Kelemahan</b>			
Sarana dan prasarana di objek wisata masih kurang	0,08	2	0,17
Adanya keterbatasan anggaran dari pemerintah untuk pengembangan pariwisata	0,08	1	0,08
Kualitas sumber daya manusia internal sektor pariwisata yang masih kurang dalam pengolahan teknologi	0,13	2	0,25
Kebersihan di objek wisata yang masih kurang diperhatikan	0,08	1	0,08
Kurangnya kesadaran masyarakat dalam upaya pengembangan objek wisata	0,06	2	0,13
<b>JUMLAH SKOR KELEMAHAN</b>			<b>0,71</b>
<b>JUMLAH KESELURUHAN</b>			<b>2,87</b>

Tabel 4. Faktor strategi eksternal

Faktor-Faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor(Bobot x rating)
<b>Peluang</b>			
Pengembangan Ekonomi Kreatif seperti kain tenun dan souvenir	0,14	4	0,54
pemanfaatan teknologi sebagai sarana penunjang pariwisata Tana Toraja	0,11	3	0,32
Tipikal Masyarakat sekitar objek wisata yang ramah	0,13	4	0,5
kerja sama dengan lembaga pendidikan untuk peningkatan SDM internal pariwisata	0,09	3	0,27
memberikan situasi kenyamanan dan keamanan di objek wisata	0,14	4	0,54
<b>JUMLAH SKOR PELUANG</b>			<b>2,19</b>
<b>Ancaman</b>			
masih kurangnya investasi di sektor pariwisata	0,07	2	0,14
Adanya ancaman bencana alam	0,09	2	0,18
perkembangan sektor pariwisata daerah lain cepat perkembangannya	0,11	1	0,11
keterbatasan anggaran untuk pengembangan infrastruktur dan promosi digital	0,09	2	0,18
pengolahan potensi sumber daya daerah di sektor pariwisata belum optimal	0,05	2	0,09
<b>JUMLAH SKOR ANCAMAN</b>			<b>0,69</b>
<b>JUMLAH KESELURUHAN</b>			<b>2,89</b>

Tabel 5. Nilai

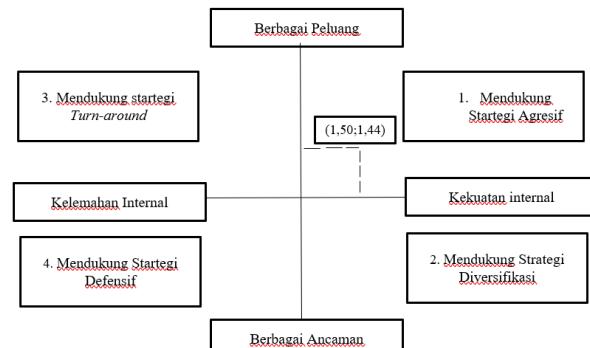
NO.	URAIAN	NILAI
<b>FAKTOR INTERNAL</b>		
1.	Kekuatan	2,15
	Kelemahan	0,71
<b>FAKTOR EKSTERNAL</b>		
1.	Peluang	2,19
	Ancaman	0,69

Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa faktor internal sektor pariwisata lebih didominasi oleh kekuatan dibandingkan dengan kelemahan. Sementara itu, pada faktor eksternal, peluang memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan ancamannya. Untuk memastikan kesesuaian hasil analisis, penulis menggunakan Matriks Grand Strategy. Sebelum menentukan posisi dalam matriks tersebut, dilakukan perhitungan dengan mengurangi nilai masing-masing faktor internal dan eksternal. Hasil perhitungan dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Faktor Internal: Kekuatan – Kelemahan =  $2,15 - 0,71 = 1,44$
- 2) Faktor Eksternal: Peluang – Ancaman =  $2,19 - 0,69 = 1,50$

Dari hasil pengurangan tersebut, diperoleh nilai faktor internal sebesar 1,44 dan nilai faktor eksternal sebesar 1,50. Nilai-nilai ini kemudian dimasukkan ke dalam Matriks Grand Strategy untuk menentukan posisi strategis sektor pariwisata. Berdasarkan hasil analisis SWOT, faktor internal sektor pariwisata Kabupaten Tana Toraja memperoleh angka 2,87. Angka ini menunjukkan bahwa kekuatan sektor pariwisata lebih besar dibandingkan dengan kelemahan yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata di Kabupaten Tana Toraja memiliki kondisi yang cukup baik dari segi faktor internal. Namun, kekuatan yang dimiliki sektor pariwisata harus terus ditingkatkan dan dimaksimalkan agar dapat mempertahankan daya saing dan kualitasnya. Di sisi lain, pemerintah daerah, khususnya Dinas Pariwisata Tana Toraja, perlu memperhatikan dan mengatasi kelemahan yang ada untuk meminimalkan dampak negatif dari kelemahan tersebut terhadap sektor pariwisata. Pada faktor eksternal, sektor pariwisata memperoleh nilai 2,89, yang menunjukkan bahwa peluang yang ada lebih besar dibandingkan dengan ancamannya. Artinya, sektor pariwisata Kabupaten Tana Toraja memiliki potensi yang sangat baik dari segi peluang eksternal. Namun, pemerintah

daerah perlu memanfaatkan berbagai peluang yang ada dan mengantisipasi potensi ancaman yang dapat mengganggu perkembangan sektor pariwisata di masa depan.



Gambar 1. Matriks grand Strategy

Berdasarkan hasil yang terlihat pada gambar Matriks Grand Strategy di atas, titik potong (1,50; 1,44) terletak pada Kuadran 1. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan sektor pariwisata di Kabupaten Tana Toraja, dapat diterapkan strategi atau program agresif yang memaksimalkan kekuatan yang ada serta memanfaatkan peluang yang tersedia.

Tabel 6. Analisis SWOT

IFAS	Strength (S)	Weakness (W)
EFAS	1. Objek wisata di Kabupaten Tana Toraja mempunyai daya tarik tersendiri 2. Adanya potensi wisata dan modal kekayaan alam 3. Pariwisata dilakukan secara digital 4. Adanya kelebihan budaya yang dimiliki 5. Harga tiket masuk terjangkau untuk semua kalangan	1. Sarana dan prasarana di objek wisata masih kurang 2. Adanya keterbatasan anggaran dari pemerintah untuk pengembangan pariwisata 3. Adanya sumber daya manusia internal sektor pariwisata yang masih kurang dalam pengelolaan teknologi 4. Kebutuhan di objek wisata yang masih kurang diperhatikan 5. Kurangnya kesadaran masyarakat dalam upaya pengembangan objek wisata
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Pengembangan Ekonomi Kreatif seperti kain tenun dan <i>ayam</i> 2. pemanfaatan teknologi sebagai sarana penunjang pariwisata Tana Toraja 3. Tipikal Masyarakat sekitar objek wisata yang ramah 4. adanya potensi sumber daya manusia yang lengkap untuk pengembangan SDM internal pariwisata 5. memberikan situasi kenyamanan dan keamanan di objek wisata	1. melakukakan promosi secara digital dengan memperkenalkan tema ekonomi kreatif seperti kain tenun dan <i>ayam</i> 2. mengeksplorasi kekayaan budaya yang belum diketahui <i>banyak</i> orang dan memanfaikannya dalam bentuk atraksi wisata 3. meningkatkan serta mengembangkan keunikan dari objek wisata yang dimiliki oleh wisatawan	1. memperbaiki sarana dan prasarana objek wisata untuk menciptakan keamanan pengunjung 2. Melakukan pelatihan kepada masyarakat sekitar objek wisata untuk memaksimalkan potensi <i>daerah</i> sekitar objek wisata
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. masih kurangnya investasi di sektor pariwisata 2. Adanya ancaman bencana alam 3. perkembangan sektor pariwisata daerah lain cepatnya pengembangannya 4. keterbatasan anggaran untuk pengembangan infrastruktur dan promosi digital 5. pengolahan potensi sumber daya di sektor pariwisata belum optimal	1. melakukakan eksplorasi lebih lanjut terhadap destinasi wisata sehingga memiliki kompetitif dan mampu menarik minat investor 2. terus melakukakan promosi melalui digital tentang keunikan potensi wisata yang ada, agar mampu mengimbangi promosi wisata di daerah yang lain	1. meningkatkan skil dalam bidang teknologi dalam hal promosi agar bisa mengimbangi promosi daerah lain 2. meningkatkan kemampuan pengelolaan pariwisata untuk mengimbangi wisata yang sejernihnya 3. melakukakan koordinasi dengan pihak swasta untuk penanaman modal sebagai upaya <i>menutupi</i> kekurangan anggaran

## Pembahasan

Sektor pariwisata Kabupaten Tana Toraja memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang, terutama dengan memanfaatkan faktor internal dan eksternal yang ada. Berdasarkan analisis SWOT, sektor pariwisata ini menunjukkan kekuatan yang lebih besar dibandingkan kelemahan, serta peluang yang lebih signifikan dibandingkan ancaman yang ada. Kekuatan sektor pariwisata, seperti

kekayaan budaya yang unik dan keindahan alam yang luar biasa, menjadi daya tarik utama yang dapat memikat wisatawan domestik maupun mancanegara. Sebagai contoh, tradisi upacara adat Rambu Solo dan rumah adat Tongkonan menjadi simbol kebudayaan yang sangat khas dan menarik bagi wisatawan, sementara pegunungan, air terjun, dan situs bersejarah menambah daya tarik alami yang tidak bisa ditemukan di tempat lain (BPS Kabupaten Tana Toraja, 2020). Namun, sektor ini juga dihadapkan pada sejumlah kelemahan, seperti terbatasnya anggaran untuk pengembangan destinasi wisata dan kurangnya komunikasi dengan masyarakat yang dapat menyebabkan sengketa lahan (Qwintri Prima Sampe & Dian Novita Kristiyani, 2023). Dari sisi eksternal, peluang yang tersedia sangat besar, terutama dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan destinasi wisata secara lebih luas. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook memainkan peran penting dalam memasarkan destinasi wisata ke audiens yang lebih luas (Cindy Mutia Annur, 2023). Teknologi digital memberikan kemudahan dalam penyebarluasan informasi, dan transformasi digital dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Dewi Yanti, 2019; Gede, 2018).

Selain itu, pengembangan ekonomi kreatif, seperti pembuatan souvenir dan kain tenun Toraja, merupakan peluang besar yang dapat meningkatkan daya tarik wisatawan dan memperkenalkan budaya lokal secara lebih luas (Destination Insights with Google, 2023). Meskipun begitu, sektor pariwisata juga menghadapi ancaman, seperti kurangnya investasi dalam sektor ini dan risiko bencana alam yang dapat mengganggu aksesibilitas ke destinasi wisata (Badan Pusat Statistik, 2020). Untuk memaksimalkan potensi yang ada, pemerintah daerah dan Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja perlu mengambil langkah-langkah strategis untuk mengoptimalkan kekuatan yang ada dan memanfaatkan peluang yang tersedia. Penggunaan media sosial dan platform digital lainnya harus ditingkatkan untuk menjangkau lebih banyak wisatawan, sementara pada saat yang sama, sektor ini juga perlu mengatasi

kelemahan yang ada dengan memperbaiki komunikasi dan kolaborasi dengan masyarakat setempat, serta meningkatkan investasi dalam infrastruktur dan fasilitas wisata (Irfani *et al.*, 2020; Khoirul Umam *et al.*, 2023). Dengan strategi yang tepat, sektor pariwisata di Kabupaten Tana Toraja berpotensi untuk menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah.

## Kesimpulan

Berlandaskan hasil analisis SWOT, sektor pariwisata Kabupaten Tana Toraja terletak di Kuadran 1, yang menunjukkan bahwa sektor ini memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimaksimalkan. Oleh karena itu, strategi yang tepat adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif, di mana sektor pariwisata dapat memaksimalkan kekuatan yang ada serta memanfaatkan peluang untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Strategi pertumbuhan agresif dapat dilakukan dengan mengembangkan berbagai fasilitas dan sarana penunjang yang dibutuhkan pengunjung, melestarikan adat istiadat dan budaya, memperbanyak atraksi budaya atau festival, serta meningkatkan promosi melalui berbagai media atau platform yang tersedia. Penelitian ini mengusulkan tiga strategi SO, yaitu pertama, melakukan promosi secara massif dengan mengangkat tema ekonomi kreatif seperti pembuatan kain tenun dan souvenir khas Toraja; kedua, mengeksplorasi kekayaan budaya yang belum banyak diketahui dan menampilkan dalam bentuk atraksi budaya yang menarik; ketiga, menjaga dan mengembangkan keunikan objek wisata yang diminati wisatawan. Teknologi digital juga memiliki peran besar dalam mendorong peningkatan kunjungan wisatawan. Namun, keberhasilan penggunaan teknologi tersebut sangat bergantung pada seberapa maksimal Dinas Pariwisata, terutama pada bidang promosi dan pemasaran pariwisata, dapat memanfaatkan media dan informasi. Berdasarkan wawancara dengan kepala bidang promosi, masih terdapat kekurangan dalam pengelolaan media dan informasi internal, terutama dalam keterampilan SDM dalam mengelola media promosi pariwisata.

Hal ini menyebabkan promosi pariwisata Kabupaten Tana Toraja masih kalah bersaing dengan daerah lain. Namun, permasalahan ini diharapkan dapat diatasi karena pada tahun 2021, Dinas Pariwisata sudah memfokuskan peningkatan kuantitas dan kualitas SDM yang memiliki sertifikasi di bidang pariwisata. Untuk lebih mengembangkan objek wisata yang ada dan menarik lebih banyak wisatawan, pemerintah daerah dan Dinas Pariwisata perlu menyusun program kerja yang sesuai dengan arah kebijakan dalam RPJMD. Penyediaan dan perbaikan infrastruktur di kawasan pariwisata menjadi prioritas utama yang harus dilaksanakan, terutama pada tahun 2022. Namun, meskipun terdapat upaya tersebut, hasil wawancara dengan pengunjung menunjukkan bahwa masih ada kekurangan sarana dan prasarana di lokasi objek wisata, seperti fasilitas yang terbatas dan masalah kebersihan. Untuk mempertahankan kondisi pariwisata yang menguntungkan di Kabupaten Tana Toraja, Dinas Pariwisata harus terus mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada. Salah satu caranya adalah dengan terus meningkatkan soft skill SDM internal di bidang promosi dan pemasaran agar dapat bersaing dengan daerah lain yang memiliki destinasi wisata serupa, terutama dengan memanfaatkan media sosial yang saat ini berkembang pesat, baik dalam bentuk pamphlet, video, maupun iklan.

Selain itu, perbaikan sarana dan prasarana yang mendukung sektor pariwisata perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kenyamanan pengunjung. Untuk bersaing dengan daerah lain dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, diperlukan kolaborasi antara pemerintah daerah, Dinas Pariwisata, dan masyarakat sekitar. Kerja sama ini penting untuk mengembangkan sektor pariwisata dengan menghindari kesalahpahaman atau sengketa lahan yang dapat menghambat perkembangan. Selain itu, menjaga sikap ramah tamah kepada pengunjung, baik wisatawan domestik maupun asing, merupakan ciri khas yang harus tetap dijaga oleh masyarakat Kabupaten Tana Toraja. Strategi pengembangan yang dapat digunakan Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja mencakup corporate strategy dengan mengembangkan

sektor pariwisata berbasis kebudayaan, namun tetap memperhatikan kelestarian lingkungan. Program strategy dapat dilakukan dengan mengadakan pertunjukan yang berbeda dan unik, yang belum ada sebelumnya. Selain itu, perlu dilakukan perbaikan sarana dan prasarana yang menunjang pariwisata. Dalam *resource support strategy*, teknologi dapat dimanfaatkan untuk promosi pariwisata melalui media sosial dan website. Sedangkan dalam institutional strategy, Dinas Pariwisata perlu melakukan pelatihan kepada SDM internal, khususnya di bidang promosi dan pemasaran pariwisata, agar dapat membuat materi promosi seperti video dan pamphlet yang menarik untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Tana Toraja.

## Daftar Pustaka

- Annur, C. M. (2023). Pengguna TikTok di Indonesia terbanyak kedua di dunia per april 2023, nyaris salip AS. *Databoks. Katadata. Co. Id. Accessed: Oct, 30.*
- Budiani, S. R., Wahdaningrum, W., Yosky, D., Kensari, E., Pratama, H. S., Mulandari, H., ... & Kusmiati, Y. (2018). Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Desa Sembungan, Wonosobo, Jawa Tengah. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), 170-176. <https://doi.org/10.22146/mgi.32330>.
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4), 159-175. <https://doi.org/10.14710/jppmr.v9i4.28998>.
- Dosinaen, Y. P. R. P., & Sastika, W. (2019). Usulan strategi pemasaran pada pt gunung amal solution international dengan menggunakan analisis strength, weakness, opportunity, threat dan matriks ifas efas tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).

- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UKM dalam menghadapi era industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651-659.  
<https://doi.org/10.31764/jces.v3i3.2799>.
- Mabururin, A., & Latifah, N. A. (2021). Analisis Pengembangan Potensi Pariwisata Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Ar Rebla*, 1(1), 63-88.
- Nafi'ah, E. U., & Suryaningsih, R. (2022). Analisis Swot Sebagai Upaya Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Depo Air Minum Isi Ulang Tirto Utomo Siwalan Mlarak Ponorogo. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 43-62.
- Primadany, S. R. (2013). *Analisis strategi pengembangan pariwisata daerah (studi pada dinas kebudayaan dan pariwisata daerah kabupaten nganjuk)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan media sosial sebagai strategi digital marketing pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76-83.  
<https://doi.org/10.51977/jjip.v1i1.130>.
- Sampe, Q. P., & Kristiyani, D. N. (2023). Strategi komunikasi pemasaran pariwisata Tana Toraja dalam meningkatkan wisatawan di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(1), 26-37.  
<http://dx.doi.org/10.30659/jikm.v11i1.21691>.
- Suardana, I. W. (2013). Analisis kebijakan pengembangan pariwisata. In *Seminar Nasional: Unnud*.
- Tijerina, J. D., Morrison, S. D., Nolan, I. T., Vail, D. G., Nazerali, R., & Lee, G. K. (2019). Google Trends as a tool for evaluating public interest in facial cosmetic procedures. *Aesthetic surgery journal*, 39(8), 908-918.
- Umam, K., Sudiyarto, S., & Winarno, S. T. (2015). Strategi pengembangan ekowisata mangrove Wonorejo Surabaya. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 1(1), 38-42.  
<https://doi.org/10.18196/agr.116>.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH PARIWISATA AGAMA DAN BUDAYA*, 3(2), 81-92.
- Yanti, D. (2019). Analisis strategi pengembangan digital tourism sebagai promosi pariwisata di Toba Samosir. *Jurnal Darma Agung*, 27(1), 814-821.